

Zeitschiene für die Vorbereitung eines Marktplatzes der „Guten Geschäfte“

6 Monate * vor Termin	5 Monate * vor Termin	4 Monate * vor Termin	3 Monate* vor Termin	2 Monate * vor Termin	2-1 Monate * vor Termin
<ul style="list-style-type: none"> • Gespräche mit potentiellen Partnern: Unternehmer, Gemeinnützige, Kommunale Verwaltung, Presse • Bildung einer Projektgruppe in der idealerweise Vertreter aller Bereiche aktiv sind 	<ul style="list-style-type: none"> • 1. Treffen der Projektgruppe: Festlegung der Ziele und Planung der Vorgehensweise: Wer macht was bis wann? • Gewinnung von Botschaftern • Verständigung über Termin und Raum 	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen von Informationsmaterialien • Pressearbeit und Informationsveranstaltungen zur Verbreitung der Marktplatz-Idee • Ansprache der Gemeinnützigen, Einladung zum Vorbereitungsworkshop 	<ul style="list-style-type: none"> • Raum und Termin stehen fest • Gewinnung von Maklern, Experten und eines Moderators • Anmeldung der Gemeinnützigen für den Workshop einholen 	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung des Workshops mit den Gemeinnützigen: Briefing und Ermittlung von Bedarfen und Angeboten • Beginn der Ansprache von konkreten Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindliche Anmeldungen der Gemeinnützigen • Gezielte persönliche Ansprache der Unternehmen • Presseartikel mit Idee, Termin und Einladung zur Anmeldung von Unternehmern und Selbständigen • Gewinnung von Helfern für die Veranstaltung

*Achtung: Diese zeitlichen Vorgaben sind ein Vorschlag zur Orientierung des Projektmanagements bei der Organisation des ersten Marktplatzes. Beim zweiten oder dritten Mal kann der zeitliche Vorlauf auch geringer angesetzt werden. Darüber hinaus setzt sich jede Vorbereitungsgruppe anders zusammen und macht ihre eigenen Erfahrungen mit den regionalen Gegebenheiten. Daher sind individuelle Abweichungen die Regel.

1 Monat vor Termin	Kurz vor der Durchführung des Marktplatzes	Nachbereitung
<ul style="list-style-type: none"> • Verbindliche Anmeldungen der Unternehmen einholen • Ablaufplanung der Veranstaltung • Raumgestaltung planen 	<ul style="list-style-type: none"> • Listen mit den angemeldeten Teilnehmern und deren Angeboten und Bedarfen anfertigen (sortiert nach Gemeinnützigen und Unternehmen) • Festlegung der Handelsecken, Vorbereiten der Schilder • Einweisung der Makler und Experten und des Moderators • Vorbereitung der Namensschilder • Herrichten des Raumes (Handelsecken, Stehtische mit Vereinbarung formularen, Technik, Catering usw.) • Presse einladen, Dokumentation vorbereiten (Fotos, Film) 	<p>Direkt nach dem Marktplatz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pressearbeit: Veröffentlichung der Ergebnisse <p>Bis 1 Woche nach dem Marktplatz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feedbackveranstaltung mit Vorbereitungsteam, Maklern und Experten: Auswertung und Erfolgskontrolle • Dank an die Partner <p>Langfristig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wiederholte Presseveröffentlichungen zur Umsetzung der geschlossenen Vereinbarungen